



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS
EMPRESARIALES**

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

**DISEÑO DE PLAN DE MARKETING MIX PARA LA
MARCA INDURAMA, CHICLAYO 2017**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN**

AUTORA:

MARÍA DEL ROSARIO GONZÁLES GARCÍA

ASESOR:

MG. MILEYDI FLORES FERNÁNDEZ

LINEA DE INVESTIGACIÓN:

MARKETING

PERU - 2017

RESUMEN

En la presente investigación titulada Diseño de Plan de Marketing Mix para la marca Indurama Chiclayo 2017, tuvo por objetivo general diseñar un plan de marketing para la marca Indurama, Chiclayo 2017; asimismo el diseño de estudio fue no experimental de corte transversal, de tipo de estudio descriptivo. La población son los clientes potenciales de línea blanca de la ciudad de Chiclayo y la muestra es un total de 384 clientes.

Como resultados se obtuvieron los siguientes: se identificaron las siguientes las fortalezas amplio portafolio de productos, tecnología de punta, primer lugar en categoría cocinas, tercer lugar en categoría de refrigeración; asimismo con respecto a las debilidades Top of mind de la marca es baja, falta de comunicación dentro de la organización, exportación de productos muy reducidos; mientras que en las oportunidades se detectaron las siguientes mercado de línea blanca creciente sobre el 15%, mayor presencia de calidad en el país, cobertura al 25%, prever los cambios tecnológicos (manteniéndose informado del mercado) y diversificación de productos; finalmente entre las amenazas tiene la aparición de nuevas alianzas por parte de sus competidores, agresividad de precios, crecimiento de ventas de la competencia y exigencia de los clientes. Se concluye que; las estrategias de marketing diseñadas fueron las siguientes: diseñar fichas clientes para registrar sus datos para ofrecerles las promociones del mes, ofrecer descuentos en los precios de las refrigeradoras en celebraciones especiales, diseñar un mapa de ubicación de la marca INDURAMA, crear una cuenta de Facebook, solicitar el correo email para enviar promociones del mes en la marca Indurama y así ofrecer nuestros productos en las redes. Se recomienda aumentar aspectos relacionados a la mejora del nivel de ventas para una mejor valoración del cliente, implementar estrategias de diferenciación, marketing relacional, fidelización del cliente entre otros.

Palabras clave: Clientes, Marketing y Ventas.

ABSTRACT

In the present research entitled Marketing Mix Plan Design for the Indurama Chiclayo 2017 brand, the general objective was to design a marketing plan for the Indurama brand, Chiclayo 2017; the study design was also non-experimental, of a cross-sectional nature, of a descriptive study type. The population is the potential customers of refrigerators in the city of Chiclayo and the sample is 384 customers.

As results, the following were obtained: the following were identified: broad product portfolio strengths, state-of-the-art technology, third place in refrigeration lines as the most important; also with respect to the weaknesses Top of mind of the brand is low, lack of communication within the organization, export of very reduced products; while in the opportunities detected the following market of increasing white line on the 15%, greater presence of quality in the country, coverage to 25%, foresee the technological changes (staying informed of the market) and diversification of products; finally among the threats has the appearance of new alliances by its competitors, price aggressiveness, sales growth of the competition and demand from customers. It is concluded that; The marketing strategies designed were the following: designing customer records to record their data to offer the promotions of the month, offer discounts on the prices of refrigerators in special celebrations, design a location map of the INDURAMA brand, create a Facebook account, request the email to send promotions of the month in the Indurama brand and thus offer our products on the networks. It is recommended to increase aspects related to the improvement of the level of sales for a better valuation of the client, implement strategies of differentiation, relationship marketing, and customer loyalty among others.

Keywords: Clients, Marketing and Sales.